

## GESTIÓN DE PERSONAS: RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

### Representaciones mediáticas de la participación política de la mujer

Media representations of political participation of woman

Edición Nº 22 – Mayo de 2015

Artículo Recibido: Abril 20 de 2015

Aprobado: Mayo 30 de 2015

#### AUTORA

Alicia Vargas Muñoz  
Doctorado en procesos sociales y políticos de L.A.; Publicista y Magister en comunicación aplicada.  
Profesora investigadora Departamento de Publicidad e Imagen, Universidad de Santiago de Chile.  
Santiago, Chile.  
Correo electrónico: [alicia.vargas@usach.cl](mailto:alicia.vargas@usach.cl)

#### Resumen

Desde el punto de vista político, la incorporación de la mujer en todas las instancias de poder y el desarrollo de su ciudadanía, representa posiblemente la más importante propuesta de renovación democrática en los últimos tiempos. El denominado espacio del poder público, especialmente dominado por el género masculino, presenta una débil presencia de ellas en los espacios de decisión pública y en los medios de comunicación social. Indudablemente, la política interesa por su representación mediática porque el conocimiento que tiene la gente procede especialmente de los medios de comunicación, más que del conocimiento directo. Este trabajo se centra en la participación mediática de la mujer política, entendiendo la trascendencia que tiene dicha contribución para la configuración y construcción de la imagen como reflejo de lo que representan en los escenarios mediáticos y políticos de una sociedad.

**Palabras claves:** Representación mediática, participación política de la mujer, espacio público.

## **Abstract**

From the political point of view, the inclusion of women in all levels of power and the development of citizenship, possibly represents the most important proposal of democratic renewal in recent times. The so-called space of public power, especially male -dominated, has a weak presence of them in the areas of public decision-making and the media. Undoubtedly, the political interest in their media representation because the knowledge that people should especially the media, rather than direct knowledge. This work focuses on media participation politician, he understood the importance that the contribution for the configuration and construction of the image as a reflection of what they represent in the media and political arenas of society.

**Keywords:** Media representation, political participation of woman, public space.

## **Introducción**

La participación política de la mujer si bien, ha ido lentamente en aumento en Latinoamérica, todavía en los países de la región se les mantiene circunscrita a los espacios privados, considerando el cuidado de la familia, hijos/as, adultos/as mayores y todo lo vinculado al hogar. Esta leve inclusión a la política está influenciada por variables socioculturales principalmente, una falta de apoyo proveniente de los propios partidos políticos y una escasez de representación mediática por parte de los distintos medios de comunicación social. Que la mujer se incorpore a las instancias de poder, corresponde la más importante propuesta de renovación democrática en los últimos tiempos. Este artículo se centra en la participación mediática de la mujer política, entendiendo la trascendencia que tiene dicha contribución para la democracias de los estados, la configuración y construcción de la imagen que se construye socialmente de las mujeres políticas, como reflejo de lo que representan en los escenarios mediáticos y políticos de una sociedad.

### **1.0 Política, mujer y ciudadanía**

Las mujeres comienzan a incorporarse lentamente al espacio público, apoyadas por la denominación de categoría de género en las ciencias sociales, sobretodo, por los diferentes estudios de género que se preguntan sobre la subordinación de las mujeres y

su naturalización. Para comprender la situación del bajo nivel de inclusión que presentan las mujeres en la sociedad, es necesario examinar la relación de poder y su articulación con el denominado género<sup>i</sup>. Comprendiendo que este concepto corresponde a que hombres y mujeres tengan las mismas o similares opciones para integrarse a la vida social, cultural, laboral y política. Los datos nos indican que la mujer ha sido excluida de la participación política como sujetas autónomas e independientes<sup>ii</sup> desde tiempo remotos. Incluso, Julieta Kirkwood ya planteaba en 1990, el nivel de contradicción existente en la relación entre mujer y política. Según esta socióloga, era necesario plantear mejor sus significados, dado que en los inicios del movimiento feminista chileno en el siglo XX, existía una corriente en su propio contexto histórico a su carácter más reivindicativo<sup>iii</sup>. En esa forma de percibir la realidad estaba también expresada la condición femenina, *“la mujer ha sido hecha por la cultura en la certeza de roles esenciales, inmutables e irrenunciables, y no en la duda que abre la propia responsabilidad”* (Kirkwood, 2010:52). En lo político persiste la mentalidad socio-cultural de que el espacio privado está reservado a las mujeres, lo que se contrapone desde esa perspectiva con sus responsabilidades en el ámbito público, reflejado en la participación comprometida en los partidos políticos y en los congresos nacionales. Sobre todo, existe esta posición en los países latinoamericanos.

Las mujeres han ido lentamente avanzando y ocupando algunos espacios políticos, instalando sus demandas como resultado de una antigua confrontación en el campo de las ideas y las acciones, por un lado para visibilizarse como “sujetas de derecho” y así validar sus propuestas al interior de instituciones políticas<sup>iv</sup>. Este planteamiento refleja la conciencia que ha ido desarrollando la mujer por ser incluida en los espacios públicos de representación política, no obstante los obstáculos a los cuales se ve enfrentada, y frente a la sub representación de la imagen pública expuesta por los medios de comunicación escrita.

## **1.2 Representaciones mediáticas de la participación política en elecciones de parlamentarias.**

La instauración de la democracia tras dictaduras instaladas ha permitido en América Latina el fortalecimiento de la ciudadanía, a través de la participación social y política de las personas en el compromiso colectivo por el bienestar común y la lucha constante

por proteger sus derechos. No obstante, el aprendizaje de vivir en democracia no termina de consolidarse positivamente ya que son numerosos los sectores de la sociedad todavía excluidos, ya sea por razones de discriminación, por la falta de recursos para acceder a los estratos comunitarios participativos o, simplemente, por ignorar que se cuenta con tales derechos.

En el caso específico de las mujeres, los procesos de redemocratización han permitido precisar la importancia del rol femenino más allá de la reproducción y se ha logrado que poco a poco las instancias públicas abran paso a su incorporación y participación como ciudadanas de hecho. Sin embargo, la ciudadanía plena es un reto presente para las mujeres que, a pesar de los logros conseguidos, no se consolida con garantías que la respalden e igualdad de oportunidades que las ubiquen como coprotagonistas en el escenario político contribuyendo de este modo al fortalecimiento de la sociedad civil. Son numerosas, y demasiado arraigadas, las barreras que obstaculizan el empoderamiento de las mujeres y su participación en los espacios de poder<sup>v</sup>.

Existen numerosos análisis críticos que develan cómo los medios de comunicación transmiten y refuerzan pautas de comportamiento y expectativas diferenciadas para hombres y mujeres según los estereotipos de género (a través de textos, imágenes y espacios publicitarios y de propaganda). Un punto crítico de estos enfoques radica “*en que se visualiza el proceso de comunicación en un sentido unívoco, con una capacidad inexorable de imposición de sentidos sobre los/as destinatarios/as y una noción de sujeto poco problematizada*” (Gamba 2009: 215).

Esto redundó en análisis simplistas de la construcción de la femineidad regulada, donde todo lo que procedía de los medios era una contribución a la opresión de las mujeres y no satisfacía en absoluto sus necesidades socio-políticas. No obstante, esta crítica categórica contribuyó a la circulación de un variado abanico de medios alternativos de comunicación<sup>vi</sup>. Diversas investigaciones dan cuenta de las complejas y contradictorias lecturas e identificaciones que los/as sujetos/as realizan a partir de los productos mediáticos que consumen.

Como sabemos los derechos específicos de las mujeres fueron reconocidos como parte integral de los derechos humanos desde 1993 en la Conferencia Internacional sobre

Derechos Humanos desarrollada en Viena, aunque la lucha para lograrlo data desde muchos años atrás. La reivindicación del derecho a sufragio para las mujeres se remonta a la segunda mitad del siglo XIX en América Latina. Posteriormente, la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer –CEDAW- promulgada en 1979, se transformó en una herramienta importante ya que reguló que la participación política y ciudadana de las mujeres debe entenderse no sólo en términos del derecho al voto, sino a la posibilidad de ser electas a cargos de elección popular, presionando a los Estados a tomar las acciones necesarias para que las mujeres ejerciten sus derechos políticos.

Sin embargo, a pesar de los avances, todavía se constatan problemas estructurales en cuanto a garantizar la participación política en igualdad de condiciones, lo que influye en un déficit de la representación democrática, y también en cuanto al ejercicio de la ciudadanía plena.<sup>vii</sup> Es necesario reflexionar sobre las representaciones sociales, y según estudios realizados, son construcciones simbólicas que dan atribuciones a la conducta objetiva y subjetiva de las personas. El ámbito social, más que un territorio, es un espacio simbólico definido por la imaginación, el que resulta determinante en la construcción de la autoimagen de cada persona: la conciencia está habitada por el discurso social. Lo que define el género es el proceso colectivo de constitución del orden simbólico en una sociedad donde se fabrican las ideas de lo que deben ser los hombres y las mujeres. Es necesario mencionar que “género” no es sinónimo de “mujer” pero se establece en el imaginario colectivo en tanto concepto analítico que permite ver y distinguir la diferencia/desigualdad de las mujeres en las sociedades organizadas patriarcalmente.

No podemos desconocer en los medios de comunicación, la importancia protagónica en tanto constructores y reproductores de representaciones e imaginarios colectivos. Estos configuran el espacio estratégico primordial en la lucha por el poder simbólico. Igual que el poder económico y político, la comunicación interviene en la construcción de las sociedades, en los modos de relación que se establecen entre las personas, en la delimitación de las maneras posibles de habitar el mundo en que vivimos<sup>viii</sup>.

En el año 2005, la antropóloga Clarisa Hardy, analiza la participación política de las mujeres en cargos de representación pública, y señala que la presencia femenina en ellos es mayor en cargos de menor poder político, y menor en puestos de mayor poder político. Este planteamiento nos hace concordar, al señalar que las mujeres son más ajenas a las élites políticas que controlan y deciden quiénes postulan o no a los cargos de elección popular. La presencia de mujeres podría representar un riesgo para el acceso al poder político de las élites, constituyéndose así el mayor obstáculo para su plena participación. De todas formas, Hardy utiliza la definición de “eliterazgo” (como una conjunción de las nociones de élite y liderazgo) para representar a las mujeres que ocupan efectivamente cargos de representación política<sup>ix</sup>.

Este propósito se refiere a que la mayoría de las mujeres políticas son de origen ciudadano, proviniendo de los más altos quintiles económicos, y contando con educación superior completa, y a menudo de postgrado. Por la línea paterna tienen lazos de parentesco con integrantes de partidos políticos, los cuales actúan como redes para su sostén en cargos de peso político. Sin embargo, las mujeres no transmiten esos vínculos familiares para incorporar a sus descendientes. Hardy concluye que una mayor incorporación y participación política de las mujeres serviría para una democratización de las élites políticas, en las cuales un 80% de los cargos de representación son ejercidos por hombres, convirtiéndose Chile en uno de los países latinoamericanos con las cifras más bajas en esta materia.

Con respecto a la representación de las mujeres políticas, la Plataforma de Acción de Beijing agrega en el año 1995, la importancia de la comunicación como derecho fundamental de las mujeres para reclamar su inclusión y propuestas en la existencia de medios y que se atrevieran a realizar coberturas más equitativas. En este sentido, los medios de comunicación desde su dimensión de constructores y promovedores de los acontecimientos sociales desempeñan un rol fundamental ya que influyen de manera determinante en las interpretaciones sociales de dichos acontecimientos y en la manera cómo se jerarquiza su relevancia. Sumado a ello, la política parece desarrollarse cada vez más en el terreno de los medios, por tanto su importancia en el contexto electoral y de representación política en relación a las mujeres es inevitable.

Dado que los medios, según Corporación Humanas 2011, otorgan cobertura y visibilidad a las candidatas con menor experiencia y trayectoria política, les resulta fácil cuestionar su idoneidad para ejercer como parlamentarias y denostar su figura. Probablemente no es casual que las candidatas con mayor protagonismo mediático sean quienes cuentan con el menor capital político. Agrega este estudio que los logros o éxitos de algunas candidatas pueden ser atribuidos a la figura de un mentor o al peso político de la coalición o partido que las respalda, incluso cuando se trata de mujeres con una extensa trayectoria política. Incluso el aspecto físico de las mujeres, su cuerpo, vestimenta y atractivo, son recursos tradicionalmente usados por los medios de comunicación en la representación de las figuras femeninas, que también se extrapola a las mujeres en la actividad política. Estas alusiones son más frecuentes en la prensa escrita y televisión pues son medios que cuentan con apoyo de imágenes para reforzar el contenido transmitido<sup>x</sup>.

Según este estudio es interesante lo que complementan con respecto al retorno al sistema democrático formal; plantean que el debate en torno a los derechos de las mujeres y su autonomía ha sido evitado en base a una estrategia que los etiqueta reduccionistamente como *temas valóricos*, y que tiene como finalidad relegarlos a diferencias morales de relevancia menor cuya discusión debe ser pospuesta con el propósito de alcanzar consensos políticos en asuntos considerados más importantes. Considerando este antecedente, la inclusión de la agenda de género en el debate político ha sido del todo insuficiente y con un bajo nivel de profundidad.

Otra investigación efectuada en medios escritos por el Primer Informe del Observatorio de Medios y Participación Política (2010), menciona que tres de cada diez mujeres, estos medios abordan la participación política, mientras que los demás argumentos se refieren a otros temas vinculados a la vida personal de las mujeres. Sin embargo, al confrontar la cantidad total de notas producidas y referidas exclusivamente a la participación política de mujeres, el porcentaje se reduce al 15%, mientras que la participación política de hombres se cubre en mayor porcentaje que el de las políticas. Estos datos permiten afirmar que el tema de la participación política de mujeres no es prioridad para la agenda de los medios, lo cual redundará en su exclusión e influye para

que su derecho a la libre expresión se vea coartado y sus propuestas sociales no ingresen al espacio público en igualdad de condiciones. La ciudadanía, mientras tanto, tiene vulnerado su derecho a estar informada por esta vía, ya que encuentra en los medios de comunicación social muy poco eco de las propuestas de las candidatas mujeres.<sup>xi</sup>

Una de las expresiones concretas de los medios por democratizar su agenda sería incrementar las voces que alimentan sus coberturas, es decir, de sumar distintas perspectivas a su análisis. El Primer Informe del Observatorio de Medios y Participación Política (2010) agrega que del escaso porcentaje de mujeres que aparecen como fuentes en las noticias de medios escritos, la mayoría surgen como funcionarias públicas, como es el caso de la ex presidenta Michelle Bachelet en Chile y la actual presidenta (reelecta argentina) Cristina Fernández, o aquéllas que desempeñan actividades en algún organismo del Estado, es decir, que en la mayoría de los casos, ellas no fueron consultadas en función de la defensa de los derechos de las mujeres desde los cargos que ocupaban, sino que a partir de los intereses de las instituciones o dependencias que representan.

Esta manera de informar está relacionada con la construcción de la imagen mediática donde las mujeres despiertan poco interés para los medios de comunicación social, tanto desde su desempeño profesional como por su quehacer como defensoras de derechos. Por lo tanto, la función formativa se reduce a reproducir patrones socioculturales existentes en la medida que no se amplían los elementos de análisis y hay visiones unívocas de los acontecimientos políticos. Además, el hecho que los medios favorezcan este tipo de fuentes significa que se conforman con trasladar la versión oficial actuando como voceros más que como actores importantes en el debate público nacional.

A partir de los años noventa comienzan a surgir usuarias de los medios, con características más liberales, reflexivas, plurales y autónomas, cuyas opiniones y necesidades algunos medios de comunicación como es el caso de las revistas, comienzan a tomarlas en cuenta. Gamba sostiene que en el espacio interdiscursivo de la producción actual se localizan profesionales con diferentes jerarquías influenciadas



por los movimientos de mujeres y el feminismo, en que se consideran parte de la comunidad para la cual escriben y se comprometen en promover transformaciones<sup>xii</sup>

Con respecto a la Representación Simbólica de la Mujer en la Esfera Política Chilena, Kathya Araujo (2000; 2004; 2006) construye su análisis sobre las representaciones que se realizan acerca de la mujer desde los espacios políticos, significados tradicionalmente como masculinos. Araujo señala que uno de los obstáculos para la incorporación efectiva de las mujeres en puestos de representación política se halla en la propia institucionalidad política, lo que se configura en tres barreras:

- 1) mecanismos institucionales dentro del sistema electoral chileno,
- 2) procedimientos políticos al interior de los partidos políticos, en tanto las decisiones y apoyos a ciertas candidaturas, y finalmente,
- 3) las formas de pervivencia (permanencia) masculina de representación de la política y la esfera pública (Araujo. 2006: 43). Lo último coloca a las configuraciones culturales en el mismo nivel de influencia directa que las barreras políticas identificadas como las causas de la sub representación política de las mujeres.

Las configuraciones culturales que determinan las formas de representación masculina de la esfera política se encuentran constituidas por la producción de significaciones e imaginarios relativos al sistema de género. La reproducción de las formas simbólicas de representación expresarían la construcción social latinoamericana que se ha realizado sobre lo relativo a lo masculino y lo femenino, *“pero, más allá de expresarlas, estas formas de significación y sus expresiones imaginarias tienen efectos performativos<sup>xiii</sup>, los que se ubican en la determinación de las posibilidades de acceso a espacios y recursos simbólicos y materiales para hombres y mujeres”* (Araujo. 2006: 4). Es decir, las formas simbólicas que adoptan los distintos discursos y representaciones estarían dotadas de configuraciones culturales que significan al sujeto masculino y femenino dentro del espacio público, y que definen sus oportunidades de actuar en él. Para Araujo, a la luz de la articulación de nuevas formas discursivas, tanto en campañas electorales, como en los medios de comunicación masiva, el sujeto femenino se ha

posicionado como un significativo envuelto dentro de un campo de luchas complejas por parte de distintos grupos de poder por la obtención de hegemonía de su significado.

En otro aspecto, la autora concibe a los medios de comunicación como espacios de lucha. Los mensajes generados por ellos se configuran en la disputa por espacios de figuración de los distintos actores sociales, además de la tensión existente entre los grupos que los dirigen y la presión recibida por la entrega de contenidos demandados por el público en lo referente a información y entretenimiento. Araujo (2000:102-107) argumenta asuntos contingentes a la agenda pública. Sin embargo, se origina un debate sobre si la manera en que los medios presentan las temáticas y noticias van a formar la opinión pública, o si por el contrario es la opinión pública la que definirá los tópicos principales que han de ser presentados por ellos.

Lo más acertado es pensar que son los medios de comunicación que forman una opinión pública a partir de los hechos y circunstancias de los grupos sociales y los diversos colectivos que van surgiendo en la agenda pública.

#### **1.4 Conclusiones**

Comprendemos que la democracia implica necesariamente igualdad de oportunidades, respeto, tolerancia, reconocimiento de la diversidad, competencia limpia, condiciones de equidad, pluralidad, transparencia y rendición de cuentas, también se considera la competencia de los actores/as en la política. Así, los y las representantes políticos/as se presentan ante los ciudadanos y ciudadanas, con una imagen como resultado de un proceso de promoción, difusión y comunicación política, la que debe servir para promover a mujeres y hombres en la representación y el liderazgo político en un tiempo y sociedad determinada.

Estudios sostienen que al incrementar la participación política de la mujer en una etapa de democratización y transición a la democracia, es necesario considerar además el uso de sistemas de comunicación estratégicamente adecuados en clave de género, que contribuyan a la construcción de una imagen inclusiva en la sociedad democrática participativa, considerando el papel importante que cumplen en los procesos de cambio

social, los políticos y políticas, como también los medios de comunicación masiva por el lenguaje que utilizan.

En Chile, la expresión de los estereotipos y valores asociados a la imagen de lo femenino se han hallado históricamente contenidos como parte integrante de las representaciones realizadas por los medios de prensa, y han encontrado en la actualidad una difusión de magnitud masiva. Los medios de prensa escrita constituyen en sus contenidos una representación de los valores y comportamientos vinculados a identidades de hombres y mujeres. Desde el sistema de género, las representaciones de ambos son configuradas por los códigos sociales propios de la opinión pública específica al cual el medio se encuentra dirigido, quienes interpretan los contenidos entregados por los medios.

Basándonos en lo expuesto consideramos que es fundamental la construcción de estrategias de difusión que contribuyan a visibilizar la imagen de la mujer política. Esta visión es además una oportunidad para abrir procesos sostenidos y de más largo plazo para revertir las desventajas que impiden la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la competencia electoral, y un mayor acceso a los cargos de representación popular por parte de éstas últimas.

## **1.6 Referencias Bibliográficas**

1. Acuña G., Macarena y Amigo D. Cynthia (2010) Estudio 2: “La representación de las candidatas al Parlamento en los medios de comunicación” Representación Social de las Mujeres en los Partidos Políticos y Medios de Comunicación. Corporación Humana, (Edición: Mariela Infante E.) Centro Regional de Derechos Humanos y Justicia de Género, Chile.
2. Beltrán Salmón, Luis Ramiro (2007). El pensamiento latinoamericano sobre comunicación democrática. Tendencias 07. Medios de Comunicación: El escenario Iberoamericano. Ariel, Colección Telefónica, España.
3. Fernández Poncela, Anna María (2006) Mujeres y política en América Latina: dificultades y aceptación social. Departamento de Política y Cultura, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. ARGUMENTOS ^ UAM-X ^ México
4. Fernández H., Valeria (2008). Estereotipos de género y sentido común dominante en la prensa gráfica mendocina. Un análisis desde la Intencionalidad Editorial. Comunicación social, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Cuyo. Mendoza, Argentina.

5. Gamba, Susana (2009) Diccionario de estudios de género y feminismos. Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina.
6. Gerber, Elizabet, comp.(2002). Los temas de género en la agenda de los medios, Fundación Friedrich Ebert en la Argentina, Argentina.
7. González, Pablo (Coord.) 2010. Desarrollo Humano en Chile. Género: los desafíos de la igualdad 2010. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD.
8. Latouche R, Miguel Ángel (2008). Democracia, discusión pública y medios de comunicación. Temas de comunicación. Universidad de la República Oriental del Uruguay. Montevideo.
9. Luna, Lola (2002). La historia del género y la cuestión del sujeto. Archivo Chile. CEME Centro de Estudios de Miguel Enriquez, España.
10. Llanos, Beatriz y Nina, Juana (2011) Estudio Corporación Humanas. Mirando con lentes de género la cobertura electoral. Manual de monitoreo de medios. ONU Mujeres e IDEA Internacional.
11. Portelli, Hughes (1977) Gramsci y el bloque histórico. Editorial Silo Veintiuno Editores. México.
12. Primer Informe del Observatorio de Medios y Participación Política. (2010) ¿Cuánto contribuyen los medios a la participación política de las mujeres? Iniciativa: Más mujeres, mejor política, Ciudad de Guatemala, Guatemala
13. Stein Velasco, José Luis (2005). Democracia y medios de comunicación. Instituto de investigaciones jurídicas. Serie Doctrina Jurídica número 206. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
14. Trinelli, Arturo (2011). Página/12, La ventana: medios y comunicación. Ciencias Políticas y medios de comunicación. Argentina.
15. Uceda, Ricardo. (2006) Prensa y democracia: El papel de los medios latinoamericanos en Grebe, Ronald (2006) Política, ética y comunicación. Editorial Instituto Prisma, PNUD, La Paz, Bolivia
16. Valenzuela Somogyi, Mariana del Pilar (2008). Formas de representaciones político-simbólicas de la figura de Michelle Bachelet en medios de prensa popular (tesis). Escuela de Antropología, Universidad de Humanismo Cristiano, Santiago de Chile.
17. Viladot i Presas, Maria Àngels (1999) La imagen de las mujeres políticas en los medios de comunicación, La Factoría Nº8 febrero 1999 [1] Barcelona.

## Notas

<sup>i</sup> Artículo basado íntegramente en la Investigación: Parlamentarias en el cono sur: El papel de la prensa escrita en la construcción de su imagen pública, realizada durante el año 2013 por la autora de este trabajo como Tesis para optar al grado académico de Doctor en Procesos Sociales y Políticos en América Latina, mención Sociología, en la Universidad de Artes y Ciencias Sociales, ARCIS.

<sup>ii</sup> Valdivieso I., M.M (2012). Las mujeres y la política en el proceso de emancipación de Venezuela. La participación ignorada de las “ciudadanas virtuosas”. EAE Editorial Academia Española, Alemania.

<sup>iii</sup> J. Kirkwood (1937-1985) feminista chilena, Licenciada en Sociología y Titulada de Ciencias Políticas de la U. de Chile. Ser política en Chile: las feministas y los partidos, pág. 51

<sup>iv</sup> Ketterer R., L. (2008). Política en clave femenina: algunas digresiones latinoamericanas. Revista América Latina 7, 2007-2008, Universidad Arcis. Santiago de Chile.

<sup>v</sup> Tello S., Flavia (2009) La participación política de las mujeres en los gobiernos locales latinoamericanos: barreras y desafíos para una efectiva democracia de género. Centro euro latinoamericano de formación política de mujeres y ciudad. Dipitació Barcelona, España.

<sup>vi</sup> Gamba, Susana (2009) Diccionario de estudios de género y feminismos. Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina.

<sup>vii</sup> Primer Informe del Observatorio de Medios y Participación Política. (2010) ¿Cuánto contribuyen los medios a la participación política de las mujeres? Iniciativa: Más mujeres, mejor política, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

<sup>viii</sup> Representación Social de las Mujeres en los Partidos Políticos y Medios de Comunicación. Corporación Humana, 2010, Chile

<sup>ix</sup> Hardy, Clarisa (2005) Equidad y protección social. Fundación Chile 21. Aportes para el debate: desarrollo, empleo, equidad y democracia, Fundación Chile 21, Ediciones Chile21, Chile.

<sup>x</sup> Acuña G., Macarena y Amigo D. Cynthia, 2010. (Edición: Mariela Infante E.). Estudio 2: “La representación de las candidatas al Parlamento en los medios de comunicación” Representación Social de las Mujeres en los Partidos Políticos y Medios de Comunicación. Corporación Humanas, Centro Regional de Derechos Humanos y Justicia de Género, Chile.

<sup>xi</sup> Primer Informe del Observatorio de Medios y Participación Política. (2010) ¿Cuánto contribuyen los medios a la participación política de las mujeres? Iniciativa: Más mujeres, mejor política, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

<sup>xii</sup> Gamba, Susana (2009) Diccionario de estudios de género y feminismos. Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina.

<sup>xiii</sup> El concepto “performatividad” hace referencia a la capacidad de algunas expresiones de convertirse en acciones y transformar la realidad o el entorno.